

Turismofobia: un análisis social desde los medios de comunicación.

Tourismphobia: a social analysis from the media.

Evelin Ramírez-Vázquez^a, Jacqueline De la Cruz-Dávila^b

Abstract:

Turismophobia is a social phenomenon that has been reflected not only in the tourism field, but also in the social one; This event has been taking greater force as a result of the diffusion coming from the different media, not only in terms of their meaning, but also, in relation to their possible triggers and consequences. Therefore, it is important to analyze the phenomenon from the point of view of the media, in order to understand and demonstrate the effect it has on society.

Keywords:

Media, social phenomenon, tourism, triggers, society

Resumen:

La turismofobia es un fenómeno social que se ha visto reflejado no sólo en el ámbito turístico, sino también en el social; dicho suceso ha ido tomando mayor fuerza a raíz de la difusión proveniente de los diferentes medios de comunicación no sólo en cuanto a su significado, sino también, en relación a sus posibles detonantes y consecuencias. Por lo tanto, es importante analizar el fenómeno desde el punto de vista de los medios de comunicación, para así poder comprender y demostrar el efecto que logra en la sociedad.

Palabras Clave:

Medios de comunicación, fenómeno social, ámbito turístico, detonantes, sociedad

Introducción

El objetivo del presente trabajo, consiste en realizar un análisis desde la perspectiva social sobre el fenómeno de la Turismofobia; es importante señalar que este se abordará desde el impacto que llega a tener en la sociedad, tomando en cuenta las principales fuentes fidedignas para entrar en el estudio como son los medios de comunicación. Cabe mencionar que el turismo es una actividad que busca satisfacer necesidades sociales, considerando que viajar es una de las principales funciones de este.

Por otra parte, el Turismo de masas es aquel que se distingue por contar con características sobre el espacio físico y geográfico, en el que existe una alta afluencia de visitantes hacia el atractivo tales como: Venecia, Lagos de Plitvice, Bali, Koh Lipe, La Capilla Sixtina, Amber, Islas Galápagos, Machu Picchu, Kangaroo Island, y Barcelona por mencionar algunos en los cuales, se ha dado el surgimiento de un fenómeno llamado Turismofobia.

El término *Turismofobia*, se puede describir como aquel fenómeno, resultante del temor, rechazo social o aversión que tienen los ciudadanos locales de un destino hacia los turistas (2018, s.f.). La turismofobia tiene que ver más con la falta de una ordenación adecuada del turismo, que con

la intensidad de su crecimiento o afluencia en el que el rechazo a esta actividad, se deriva por situaciones como la imposición de un incremento en los precios o tarifas de bienes y servicios básicos que, terminan afectando a los residentes de manera directa e indirecta, como por ejemplo: una alza en el alquiler de casas o departamentos, incremento en el costo o falta de los servicios básicos como drenaje, luz y abastecimiento de agua que generan un impacto en la economía y vida diaria de los habitantes de la comunidad local.

Se prevé que para el año 2030, algunas ciudades, como Venecia sean habitadas por los turistas y no por la propia comunidad. En el caso de México (Lobby, 2017), este fenómeno comienza a darse a conocer en lugares como San Miguel de Allende, la isla de Holbox, San Cristóbal de las Casas, y la Riviera Nayarit. Al principio, el tema era tratado entre vecinos, tomando acciones drásticas tales como protestas o insultos para desalojar a los turistas, ya que llegaban a invadir sus propiedades. Actualmente, diversos medios (periódico, redes sociales, radio, etc) se habla, en la opinión de diversos periodistas, incluso de las víctimas que se han visto afectadas por dicho fenómeno social, ante las acciones que han tomado, ante este descontrol turístico.

^a Evelin Ramírez Vázquez, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Escuela Superior de Tizayuca, Email: ra332389@uaeh.edu.mx

^b Jacqueline De la Cruz Dávila, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Escuela Superior de Tizayuca, Email: de333357@uaeh.edu.mx

Probables detonantes de la turismofobia.

El fenómeno turístico ha ido creciendo considerablemente con el pasar de los años, generando así un mayor auge en cuanto a visitas en determinados lugares; algunos de ellos han ido sufriendo radicales cambios que afectan el desenvolvimiento de la vida cotidiana tanto del destino como de su población, dando apertura a diversos problemas sociales que pueden detonar en un problema aún mayor como lo es Turismofobia, tales como el Turismo de masas, la Gentrificación Turística, Turistificación y Overtourism.

El turismo de masas

Es el segmento de la demanda turística que se desplaza de forma individual, familiar o en grupo coincidiendo en destinos de gran afluencia turística y en una época del año determinada: verano, fines de semana, etc. Suele ser un turismo organizado en servicios que ofrecen las agencias de viajes en "paquetes turísticos", o también en viajes demandados u organizados individualmente (Montaner, 1996). En México, el turismo de sol y playa es uno de los principales atractivos de este tipo de turismo, en el que mayormente extranjeros visitan las playas azul turquesa y de arena blanca, estos en grandes cantidades.

Gentrificación Turística

Refiere aquel proceso de transformación por el cual pasa un cierto espacio que se encuentra en deterioro, que consiste en la reconstrucción o en su caso, una rehabilitación en dicha edificación, ya sea dándole un mayor tamaño o apariencia, dando, así como resultado un aumento en el coste de alquiler, etc.

En realidad, supone convertir un barrio degradado, socialmente obrero y económicamente empobrecido en una zona de moda, con comercios, bares y restaurantes de diseño, en la que la gente de mayor poder adquisitivo acude a pasar el rato, o a vivir en estas zonas, haciendo cada vez más difícil la convivencia a las clases populares. Un claro ejemplo es la Ciudad de México, en las colonias Roma y Condesa, en donde el fenómeno Airbnb arrasa con el alquiler de cuartos y casas remodeladas para su renta, estableciendo costos altos pensados para el turista y visitante con un alto poder adquisitivo que no se encuentra al alcance de todos, generando molestia y descontento por la preferencia hacia un solo sector de los consumidores.

Turistificación

Según el diccionario Fundéu (Fundación patrocinada por la Agencia Efe y el BBVA, asesorada por la RAE), el sustantivo turistificación "alude al impacto que tiene la masificación turística en el tejido comercial y social de determinados barrios o ciudades". El diccionario además añade: "Este sustantivo se refiere al impacto que tiene para el residente de un barrio o ciudad el hecho de que los servicios, instalaciones y comercios pasen a orientarse y concebirse pensando más en el turista que en el ciudadano que vive en ellos permanentemente" (Fundéu 2017). Venecia sirve como claro ejemplo de

turistificación, en el que la preocupación, molestia y miedo se manifiesta a través de los ciudadanos, preocupados ante el incremento desenfrenado de turistas que reciben, aunado a una infraestructura deficiente y un lugar mayormente poblado por extranjeros.

Overtourism

Refiere al lugar que ha sido explotado turísticamente y en donde ahora se encuentran demasiados turistas, que pudiese tomarse como un caso de éxito para quienes han crearon tal proyecto, aunque es claro que no es así, ya que no es correcto exceder la capacidad de carga de un lugar.

Comienza una vez que se piensa más en el crecimiento de las cifras en cuanto al número de turistas y no en el desarrollo de la comunidad anfitriona; cuando se hacen notorios los problemas por sobre los beneficios de esta actividad. (Fundéu 2017). Este problema existe en muchas pequeñas ciudades, comunidades rurales, incluso en áreas protegidas como por ejemplo la isla de Holbox, en la que los residentes locales, manifiestan su molestia a causa de una falta de servicios básicos como drenaje, agua potable y electricidad, que les dificulta el correcto préstamo de servicios turísticos a los visitantes.

El impacto del fenómeno "turismofobia" en medios informativos.

Los medios de comunicación, cuyo propósito es informar, educar, entretener y formar opinión sobre algún tema en particular entre la sociedad, dependiendo de la intención con la que será transmitido el mensaje o la información, han tomado un papel muy importante para la difusión de notas relacionadas al fenómeno "Turismofobia".

El acceso a la información es un derecho básico por lo cual, hoy en día, la sociedad ya ha sido incluida en el mundo periodístico, pues ellos mismos se han convertido en los principales informantes de lo bueno y malo que pasa día a día. Pueden capturar y compartir los momentos a denunciar o a conjeturar a través de redes sociales y derivado de ello, algunos noticieros han entablado con su público relaciones con las que ahora es más fácil que estos les compartan sus videos o imágenes para que puedan transmitirlos en sus programas. Cabe mencionar, que es importante relativizar su poder debido a que están condicionados por una serie de factores políticos y económicos que limitan su independencia, restringen sus funciones y los hacen vulnerables.

Durante los últimos años, dentro de la rama turística, ha surgido un acontecimiento relevante hablando de impactos negativos de la actividad como lo han sido los altos índices de población turística en principales ciudades del mundo, los cuales, han generado una controversia tanto social como política pasando de describir a la actividad como algo positivo a algo perturbador, interfiriendo en la armonía de la comunidad receptora. Entre noticias sobresalientes de los últimos años se destacan informes sobre datos políticos,

económicos, sociales y turísticos a los cuales aflige el término "Turismofobia".

En la actualidad, los medios más utilizados por la sociedad para la expresión de la opinión pública relacionada con el tema son:

Medios digitales: El mundo del internet hoy en día ha estado más al alcance de la sociedad a través de una computadora o dispositivo móvil, incluso en el televisor, haciendo una mayor interacción con el espectador o lector. Una conexión más directa han sido las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y YouTube. Dani Mateo, periodista, cómico, actor y presentador de radio y televisión español ha sido uno de los más sobresalientes en las redes sociales con sus reflexiones sobre la turismofobia, uno de sus tweets más destacados fue:

Problemas con el alquiler, problemas con el turismo... ¿Y sí el problema fueran los salarios? No sé, digo...

— Dani Mateo (@DaniMateoAgain) 11 de agosto de 2017

Radio: Este medio de formato sonoro, permite que los usuarios escuchen las noticias en diversas situaciones y de manera inmediata a través de sus diversos programas. El kiosko iVoox, plataforma donde se pueden escuchar radios y podcasts, además de poder reproducir, descargar y compartir audios de todo tipo de temáticas y géneros compartió el 19 de julio del 2018 un podcast titulado "Turistas que llegan en masa y que pueden llevar un bóxer" en donde abordan los temas: masificación turística, sobreturismo, turistificación y turismofobia.

Televisión: Es el medio con mayor accesibilidad a los hogares y negocios. A través de la imagen y el sonido les es posible transmitir la información de manera directa mediante sus programas informativos y de entretenimiento.

Noticieros como ADN40 e HispanTV han sido de los pocos noticieros que han tratado el tema ya que al ser un medio instantáneo no se quiere dar a notar al público en general la existencia de dicho fenómeno.

Prensa: Uno de los medios más viejos, actualmente utilizado tanto física como digitalmente, mostrando publicaciones de distinta periodicidad tales como periódicos, revistas científicas, entre otras.

El periódico global EL PAÍS, tanto en sus versiones digital como presencial, publicado en diversas partes del mundo en idiomas español e inglés y traducido en más de 10 idiomas según el país en que se publica ha sido uno de los periódicos más populares en tratar este tema.

Artículos: En un artículo publicado en el 2018 en La opinión de Málaga titulado "*Alertan del peligro de alentar la turismofobia*", se destacan los comentarios de la población acerca de los efectos negativos que se han ido manifestando poco a poco en el Málaga y del como en el centro del mismo se ha observado cómo sus pobladores se han desplazado a raíz de la gran llegada de turistas al este lugar.

Por otro lado, importantes personalidades mencionan que no es necesario comenzar a esparcir rumores que creen polémica u otras versiones sobre los problemas por los que atraviesa Málaga y de esta manera lograr disminuir que se hable sobre este tema, haciendo de cuenta que no hay indicios y comienzos de problemas ocasionados por la turismofobia que derivan del desplazamiento de la gente de la comunidad hacia otros lugares. Unos de los principales tipos de turismo que destacan en esa comunidad son el turismo de despedidas de soltero y turismo salvaje, que, aunque varios de los residentes los catalogan como una desventaja para el pueblo, las autoridades tratan de destacar los puntos positivos que dejan este perfil de turistas a Málaga.

En este caso, hay indicios de turismofobia que radica en el desplazamiento de la gente de la comunidad, hacia otro lugar por el descontento social generado a raíz de la mala administración turística, con los tipos de turismo ya antes mencionados.

En otro artículo titulado *Turismofobia, ¿masificación o falta de ordenación del sector?*, publicado por la revista española Hosteltur en 2018, se hace referencia a un estudio titulado: "Futuro del turismo, ordenación o masificación", elaborado por la Mesa de Turismo y la Universidad de Nebrija, resaltando lo importante de reglamentar y regular la actividad turística en España para lograr disminuir los efectos negativos o adversos que se lleguen a presentar a causa de la alta cantidad de turistas que este destino recibe. El director de este estudio, Manuel Figuerola, menciona que en el país "no sobran turistas, pero sí falta ordenación del turismo".

Una parte importante de este estudio, y que lo menciona en el artículo, es a una de las características que da hincapié a la turismofobia, ya que menciona una de las principales molestias que expresan los habitantes de una comunidad receptora como el aumento en los costos de servicios básicos.

La cantidad de turistas que España recibe cada año son enormes y van en aumento, a esto se enfrentan las comunidades receptoras con la masiva cantidad de turistas que llegan a sus lugares de residencia y, aunque no en todas partes de España hay indicios de turismofobia, si hay algunos de ellos que comienzan con síntomas y algunos otros de ellos con problemas mayores.

En el artículo se menciona que este estudio toma en cuenta que las actitudes contrarias en cuanto al turismo Barcelona podrían tener que ver más bien con una corriente alentada desde niveles sociales de mayor nivel de renta y orientaciones políticas sesgadas, que sostendría la presuposición de que "El verdadero desarrollo económico y social sólo es posible con altas tasas de expansión en los sectores industriales y no en el turismo".

Por último, en el artículo titulado "*Turismofobia*" *¿puede el sector morir de éxito?* publicado por "La Razón" en 2017, hace mención a que ha comenzado una considerable molestia en vecinos de Barcelona, Palma de Mallorca y Madrid, esto a causa de la creciente masificación turística, aunado a los problemas de

convivencia, el aumento del precio en alquileres, así como de servicios básicos, entre otras, las cuales dan origen a un enorme tránsito de turistas, provocando la incomodidad de los residentes del lugar.

Como se sabe, se menciona que España es uno de los lugares más visitados del mundo, el año pasado este recibió 75,6 millones de turistas, lo que es más de 18 millones de los que han ido anteriormente. Las regiones más afectadas por la sobre masificación turística en España son Cataluña, Baleares y Comunidad Valenciana.

Luis Llorca, quien es director general de Global Blue España, menciona que la saturación genera un sentimiento de rechazo y molestia hacia el viajero, que en otras palabras expresa que, si un lugar se llena y satura, se llega a un punto en el que un destino simple y sencillamente, se acaba, por lo cual es meramente importante que el turismo tiene que convertirse en algo que más que resultar rentable, por sí mismo pueda ser sostenible.

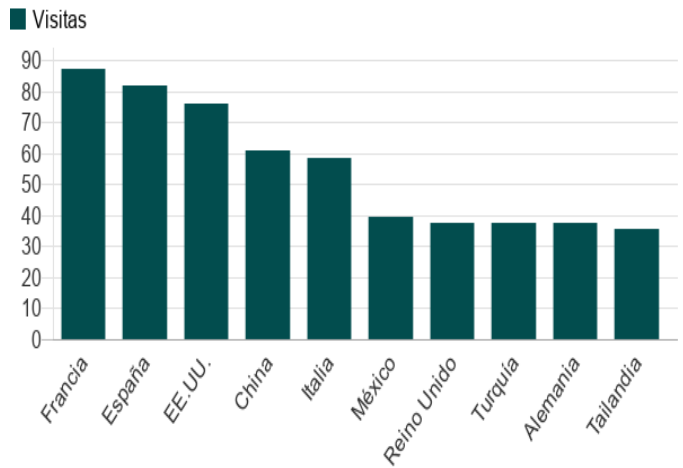
Haciendo un análisis:

Existen dos diferentes tipos de escenarios para esta investigación, uno de ellos tomando en cuenta un atractivo turístico, logísticamente preparado para dar la bienvenida a una alta afluencia de visitantes en diferentes estaciones del año, contando con la infraestructura necesaria, los servicios complementarios suficientes (tanto para el turista como para el residente de la comunidad visitada), aunado a una planeación específicamente establecida para la regulación de la actividad turística que como resultado darían un beneficio igualitario para ambas partes de esta actividad, si por el lado contrario, se habla del escenario menos favorecedor y poco conocido o mencionado, se hablaría de todo lo contrario, un lugar en el que más allá de la actividad turística, no habría interés alguno por las necesidades de la comunidad local, que es uno de los peores errores que se comete al momento de fijar la planeación turística del algún atractivo, ya que son parte fundamental del mismo, eso sin contar la deficiente infraestructura para recibir visitantes en temporadas altas, que aunados, conllevan a un grave fenómeno social como lo es la Turismofobia, que con el pasar de los años, ya no solamente radica en un descontento social, sino más bien a raíz de su difusión a través de diferentes medios de comunicación, socialmente es un problema presente y cada vez más común en atractivos altamente visitados.

Un sobre turismo en espacios preparados y con una oferta clara y diseñada para este modelo de consumidor no conlleva turismofobia, pero si ocurre en otro tipo de destinos que además, pretenden implementar calidad y les resulta inadaptable, por lo menos en el ámbito y su duración y más en el tema perceptual. La saturación turística, conlleva necesariamente a una fobia hacia los resultados o impactos negativos de esta actividad mal gestionada, es decir, falla en el modelo y esto puede empeorar y convertirse en otro tipo de fobia al turista generalizado, turismofobia.

De acuerdo a un Ranking realizado en 2018 por la Organización Mundial del Turismo, Francia se encuentra en 1ra, México en 6ta y Tailandia en 10ma posición como país más visitado del mundo. Como se muestra en la Figura 1.

Número de turistas en millones



Fuente: Organización Mundial de Turismo



Figura. 1 Ranking de países más visitados del mundo

Es necesario extender este estudio, llegando a una definición concreta que nos permita tomarlo como eje para ayudar en situaciones futuras a una de las principales actividades generadoras de divisas en el mundo como lo es el turismo, la propuesta se muestra Figura 2.

DETERMINAR:	RESPUESTAS	ACCIONES A TOMAR	●	●	●
1. ¿A quién afecta?					
2. ¿Cuál es el problema específico?					
3. ¿Cuándo ocurre?					
4. ¿Dónde ocurre?					
5. ¿Con que frecuencia ocurre?					
6. ¿Cuál es la magnitud del impacto?					

Figura 2. Propuesta de instrumento evaluativo

Conclusiones

1. La turismofobia es un fenómeno derivado de muchas circunstancias en el entorno turístico, tales como:
 - Mala planeación y deficiente desarrollo turístico, además de cuestiones sociales difíciles que se han ido presentando con mayor frecuencia en varios países, todas como resultado de una pérdida de estacionalidad.
 - Mala administración turística, aunado a una sobreexplotación en lugares populares que se han vuelto favoritos entre los turistas, lo cual ha conllevado a una alta concentración y preferencia del visitante extranjero en los barrios ya establecidos por la gente local, dando pie a un turismo arrasante y poco sostenible.
2. Este fenómeno está siendo constantemente mencionado (sobre los impactos negativos que está teniendo), por diferentes medios de comunicación, profesionales y académicos, e inclusive por parte del sector hotelero.
3. Los medios de comunicación actualmente comienzan a darle seguimiento a este tema, y aunque algunas fuentes políticas no lo quieren reconocer, en las ciudades existe un importante problema de sobreturismo y rechazo.
4. El pasado año 2017, la actual presidenta del Consejo Mundial del Viaje y el Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés), descartó la posibilidad de que existiera este fenómeno en el país mexicano; aunque de acuerdo a estadísticas y comentarios de los propios locatarios en redes sociales y medios digitales, existen casos que parecen indicar que, en San Miguel de Allende, Guanajuato, así como en la CDMX, (especialmente la colonia Roma y Condesa), son lugares en los cuales se presentan indicios de contar con el fenómeno turismofobia.
5. Una de las posibles medidas para el control de este fenómeno, sería un “modelo de desarrollo y gestión turística”, con el cual se apostaría por un éxito basado en la competitividad y sostenibilidad, ayudando a equilibrar el peso del sector turístico en la economía de ciertas zonas geográficas, dirigiéndose hacia una mayor diversificación y calidad en las actividades económicas.

Referencias

- GARCÍA J. (2019). “CA intensifica su 'turismofobia' y la ciudad pierde casi 120.000 viajeros”. Elcorreogallego.es. Recuperado de: <https://www.elcorreogallego.es/santiago/ecg/ca-intensifica-turismofobia-ciudad-pierde-casi-120-000-viajeros/idEdicion-2019-02-27/idNoticia-1168414/>
- BLANCHARD C., PELLICER L. (2017). “Turismofobia: la cara menos amable de una industria millonaria”. El País. Recuperado de: https://elpais.com/economia/2017/05/27/actualidad/1495908161_850351.html
- SAU J. (2018). “Alertan del peligro de alentar la turismofobia”. La opinión de Málaga. Recuperado de: <https://www.laopiniondemalaga.es/malaga/2018/12/09/alertan-peligro-alentar-turismofobia/1053062.html>
- HOSTELTUR, (2018). “Turismofobia, ¿masificación o falta de ordenación del sector?”. Hosteltur. Recuperado de: https://www.hosteltur.com/128701_turismofobia-masificacion-falta-ordenacion-sector.html
- SALGADO R. (2017). “Turismofobia ¿puede el sector morir de éxito?” La Razón. Recuperado de: <https://www.larazon.es/economia/turismofobia-puede-el-sector-morir-de-exito-FA15516021>